

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan jumlah suatu penduduk semakin bertambah atau meningkat salah satu penyebabnya adalah urbanisasi, yaitu perpindahan penduduk dari desa ke kota. Adapun alasan terjadinya urbanisasi jelas telah memberikan gambaran bahwa kota mempunyai magnet yang sangat kuat. Beberapa konsep tentang daya tarik kota antara lain bahwa daerah perkotaan memiliki tingkat kesejahteraan yang tinggi, serta banyaknya fasilitas pendukung yang lengkap, serta kemudahan dalam akses segala hal.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surakarta yang merupakan salah satu kota terbesar di Propinsi Jawa Tengah, kota ini juga dikenal sebagai kota budaya dan pendidikan, karena banyaknya fasilitas pendidikan yang tersedia dari mulai tingkat sekolah dasar sampai perguruan tinggi dan jenis pendidikan non formal seperti kursus pelatihan keterampilan bahasa asing dan komputer, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta, sehingga mengakibatkan adanya suatu ketertarikan terhadap kota Surakarta.

Salah satu keberadaan sebuah universitas swasta terbesar yang ada di kota Surakarta yakni Universitas Muhammadiyah Surakarta sangatlah memberi banyak manfaat bagi masyarakat sekitarnya khususnya warga yang tinggal di daerah sekitar kampus. Banyak yang memanfaatkan peluang ini untuk membuka berbagai usaha antara lain: persewaan komputer, *laundry*, warung makan, dan lain-lain.

Dari sekian banyak peluang bisnis yang ada, banyak masyarakat yang memilih untuk membuka jasa persewaan tempat kos-kosan, karena tempat kos dirasa sangat penting dan merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi khususnya para urban yaitu mahasiswa yang berasal dari luar kota Surakarta ataupun para pencari lapangan pekerjaan. Para pemilik kos bersaing untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya, karena semakin banyak penyewa semakin besar pula keuntungan yang diperoleh.

Para pemilik kos-kosan mencoba untuk memberi yang terbaik bagi penyewa dengan meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan sehingga penyewa merasa nyaman dan puas, misalnya ketersediaan tempat tidur, meja dan kursi, almari, televisi, dan lain-lain. Dalam mempromosikan jasa penyewaannya, para pemilik bisa menggunakan plakat dg tulisan disediakan tempat kos, serta lewat *word of mouth* (dari mulut ke mulut). Selain itu banyak pula pemilik kost mulai menyebarkan flyer (selebaran). Dengan banyaknya kesediaan tempat kos tersebut maka penyewa atau mahasiswa akan lebih banyak piluhan dalam pengambilan keputusan dimana mereka akan bertempat tinggal,

Seorang konsumen akan menghadapi situasi munculnya kebutuhan yang timbul terhadap produk jasa yang sedang dikehendaki dalam hal ini adalah kebutuhan akan tempat tinggal. Dari munculnya kebutuhan tersebut seorang konsumen akan melakukan suatu pencarian informasi tentang produk jasa itu yang dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satu cara yaitu dengan melihat beberapa brosur *atau flyer*, menanyakan kepada teman, serta langsung mendatangi

langsung pihak pemilik kos untuk menanyakan lebih detail dan lengkap dengan kondisi tempat yang ditawarkan.

Dalam hal ini calon penyewa juga akan mencari tempat-tempat kost lainnya. Hal ini adalah mencari beberapa alternatif pilihan yang ada, maka langkah selanjutnya adalah melakukan beberapa evaluasi terhadap beberapa alternatif, mereka akan membandingkan antara tempat yang satu dengan tempat yang lain, karena menurut survei pendahuluan dan penelitian terdahulu (Ningsih, 2005) banyak faktor yang perlu dipertimbangkan, misalnya bagaimana pengaruh lingkungan tempat kos terhadap penyewa apakah berpengaruh negatif atau positif, bagaimana hubungan antara pemilik kos dengan penyewa, kesanggupan dalam membayar uang sewa, fasilitas yang disediakan, jarak antara tempat kos dengan kampus. Tahap selanjutnya adalah keputusan pembelian apakah calon penyewa akan memilih atau tidak.

Apabila penyewa melakukan pembelian maka penyewa akan merasakan manfaat dan produk jasa tersebut. Menurut survei pendahuluan pengamatan ada beberapa penyewa yang mengeluh tentang tempat kostnya masing-masing seperti penggunaan air dan telepon yang dibatasi, biaya kos yang mahal yang mana tidak sesuai dengan fasilitas yang diberikan, suasana lingkungan yang sangat ramai sehingga mengganggu ketenangan.

Bertitik tolak dari hasil pemikiran tersebut di atas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Tempat Kos (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)."**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel lokasi, biaya sewa, fasilitas, dan lingkungan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pemilihan tempat kos ?
2. Variabel manakah diantara lokasi, biaya sewa, fasilitas, dan lingkungan yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pemilihan tempat kos ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi, biaya sewa, fasilitas, dan lingkungan terhadap keputusan dalam pemilihan tempat kos.
2. Untuk menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan dalam pemilihan tempat kos.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Bagi Penulis

Manfaatnya adalah untuk melatih dan meningkatkan ketajaman analisis serta menambah ilmu pengetahuan agar dapat berinteraksi terhadap kondisi nyata di lapangan yang terkait dengan disiplin ilmu manajemen pemasaran, khususnya tentang gambaran perilaku konsumen.

2. Manfaat Bagi Peneliti Lain

Semoga peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel-variabel yang diteliti agar dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

3. Manfaat Bagi Akademis

Manfaatnya adalah dapat berguna sebagai sumber informasi yang dapat dipakai sebagai data sekunder dan sebagai bahan sumbangan pemikiran bagi peneliti yang akan meneliti tentang perilaku konsumen.

E. Sistematika Penelitian

Untuk memperoleh gambaran singkat, penelitian ini dibagi dalam lima bab yang secara garis besarnya bab demi bab disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab akan diuraikan mengenai pengertian Pemasaran, manajemen pemasaran jasa, diferensiasi produk, perilaku konsumen, pengambilan keputusan, penelitian terdahulu, hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan Kerangka pemikiran, definisi operasional variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, instrumen data penelitian, metode analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang karakteristik responden, pengujian kualitas data, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab terakhir ini berisi tentang simpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.